SILVANO MÖCKLI

Öffentliche Meinung und Volksabstimmungen

234/1994

I. Einführung

Erst in jüngster Zeit ist es in der Schweiz bei kontroversen Volksabstimmungen üblich geworden, auch *vor* dem Urnengang Meinungsumfragen durchzuführen.[1] Vergleicht man die Umfrageergebnisse mit den tatsächlichen Abstimmungsergebnissen, so stellt man Differenzen fest, die weit über die statistische Fehlerspanne hinausgehen. Umfragen vor der Abstimmung über den Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) vom 6. Dezember 1992 oder vor der Abstimmung über die Blauhelmtruppen vom 12. Juni 1994 ergaben jeweils relative Ja-Mehrheiten für die Vorlagen und einen hohen Anteil an Unentschlossenen. Beide Vorlagen wurden aber abgelehnt, der EWR knapp mit 50,3 Prozent Neinstimmen (Deutschschweiz 56,4 Prozent), die Blauhelmtruppen mit 57,3 Prozent. Die VOX-Analyse zeigte, dass (nach der Abstimmung) 48 Prozent der Befragten deklarierten, sie hätten bei der Blauhelmvorlage mit Ja gestimmt.[2]

Wie lässt sich - korrekte Durchführung der Umfragen vorausgesetzt - erklären, dass eine beträchtliche Zahl der Befragten offenbar "falsche" Angaben zum beabsichtigten Stimmverhalten und zur Beteiligung am Urnengang macht oder sich darüber ausschweigt?

Ein Erklärungsansatz bietet das Konzept der *"Schweigespirale"*: Befragte mit einer eher negativen Einstellung zu den Abstimmungsvorlagen haben einen diffusen sozialen Druck verspürt, welcher sie veranlasst hat, ihre eigentliche Überzeugung nicht der Öffentlichkeit preiszugeben. Dieser Druck wird durch die sog. *öffentliche Meinung* ausgeübt. Von der öffentlichen Meinung zu unterscheiden ist das Meinungsklima. Es meint ganz allgemein die Grundstimmung der Bevölkerung in einem Politikbereich. Die Meinungsbildung zu einem kontroversen Abstimmungsgegenstand ist ein komplexer kommunikativer Prozess, der sich in einem in der Bevölkerung schon vorhandenen Meinungsklima abspielt und eine öffentliche Meinung produziert.

---

[1] Analysen der eidgenössischen Volksabstimmungen, die sogenannten VOX-Analysen, gibt es schon seit 1977. Diese beruhen auf Befragungen von Stimmberechtigten *nach* den jeweiligen Urnengängen.

[2] Vgl. Wernli/Sciarini/Barranco, Analyse der eidgenössischen Abstimmung vom 12. Juni 1994, Zürich/Genf 1994, S. 9.

Sowohl die Abstimmung über den Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) vom 6. Dezember 1992 als auch die Abstimmung über die Blauhelmtruppen vom 12. Juni 1994 erfolgten in der Deutschschweiz in einem Meinungsklima, das für die aussenpolitische Öffnung und die Unterstützung der Regierung eher ungünstig war. Die veröffentlichte Meinung in den redaktionellen Teilen der Medien indessen stimmte im Tenor überein mit der Haltung des Bundesrates und der Mehrheit des Parlaments.

Im folgenden möchte ich den Fragen nachgehen, welchen Einfluss öffentliche Meinung und Meinungsklima auf Umfrage- und Abstimmungsergebnisse haben können und welche Möglichkeiten es gibt, um unter Berücksichtigung des Meinungsklimas zu besseren Abstimmungsprognosen zu gelangen. Bei meinen Ueberlegungen stütze ich mich unter anderem auf Erkenntnisse, die wesentlich von Elisabeth Noelle-Neumann erarbeitet worden sind.[3] Ich versuche, diese auf den Meinungsbildungsprozess bei kontroversen eidgenössischen Volksabstimmungen anzuwenden, wobei ich von der These ausgehe, dass bei den beiden erwähnten aussenpolitischen Vorlagen die öffentliche Meinung in der Deutschschweiz positiv, das Meinungsklima aber negativ war. Am Schluss mache ich einen Vorschlag, wie durch die Gewichtung von Umfrageergebnissen deren Prognosekraft verbessert werden könnte.

II. Öffentliche Meinung

Pionierin der Erforschung der öffentlichen Meinung in Deutschland ist Elisabeth Noelle-Neumann, Gründerin und Leiterin des Instituts für Demoskopie in Allensbach, unweit der Schweizer Grenze. Die öffentliche Meinung, schreibt sie, "ist eine gewaltige soziale wie politische Macht", welche soziale Kontrolle ausübt. Von Elisabeth Noelle-Neumann stammt auch die Hypothese der "Schweigespirale"[4]: Die Individuen fürchten soziale Isolation. Der einzelne schätzt durch Beobachtung der Umwelt ständig ab, welche Meinungen in umstrittenen Bereichen überwiegen (sog.

---

[3] Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, Oeffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale, Frankfurt a.M./Berlin, erweiterte Ausgabe 1991.

[4] Vgl. Anna Maria Deisenberg, Die Schweigespirale. Die Rezeption des Modells im In- und Ausland, Diss. München 1986. Eine empirische Ueberprüfung des Konzeptes der Schweigespirale versucht: Helmut Scherer, Massenmedien, Meinungsklima und Einstellung. Eine Untersuchung zur Theorie der Schweigespirale, Diss. Erlangen-Nürnberg 1990.

quasistatistische Wahrnehmung).[5] Um sich in der Oeffentlichkeit - jener Sphäre, in der man von allen gesehen und beurteilt wird - nicht zu isolieren, orientieren sich die Individuen in ihrem Verhalten und in ihren Aeusserungen an der öffentlichen (und veröffentlichten) Meinung. Wer sich im Einklang mit der öffentlichen Meinung wähnt, ist eher rede- und handlungsbereit. Wer glaubt, sich im Widerspruch mit der öffentlichen Meinung zu befinden, verfällt in Schweigen. Durch das Schweigen entsteht erst recht der Eindruck, die der Mehrheitsmeinung entgegenstehende Meinung würde nur von einer schwindend kleinen Minderheit vertreten, was wiederum zur Folge hat, dass noch weniger Anhänger der an Kraft verlierenden Meinung bereit sind, sich zu äussern usw. Eine solche Schweigespirale kann im Extremfall dazu führen, dass ein Meinungslager fast vollständig verstummt, während das andere das öffentliche Feld komplett beherrscht, ohne zwangsläufig für die Mehrheit zu stehen.

Bei der Einschätzung der Richtung der öffentlichen Meinung spielt der *Medientenor* eine wichtige Rolle: die in den Medien, vor allem den Meinungsführermedien, eingenommenen Positionen zu einem kontroversen Gegenstand. Die Wirksamkeit des Medientenors ist besonders hoch, wenn die Meinung der führenden Medien konsonant ist.[6] Die Individuen können dann die Medien nicht zur Verstärkung ihrer bestehenden Meinung selektiv nutzen, d.h. nur jenes auswählen, das ihre eigene Meinung stützt. Redebereit ist derjenige, dem die Medien Argumentationshilfe verschaffen, der die Autorität des Medientenors hinter sich fühlt. Darüber hinaus wird die öffentliche Meinung gestützt auf die in der eigenen sozialen Umgebung aufgenommenen Meinungen eingeschätzt.

Der Prozess der Schweigespirale läuft auch unter Journalisten ab. Die Bezugsgruppe, nach der sie sich orientieren, sind die Kolleginnen und Kollegen der tonangebenden Medien. "... in diesem Kreis ihrer eigenen Bezugsgruppe versuchen

---

[5] Elisabeth Noelle-Neumann, Oeffentlichkeit als Bedrohung. Ueber den Einfluss der Massenmedien auf das Meinungsklima, in: Jürgen Wilke (Hg.), Oeffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung, Freiburg und München 1977, S. 216.

[6] Siehe Elisabeth Noelle-Neumann, Kumulation, Konsonanz und Oeffentlichkeitseffekt, in: Jürgen Wilke (Hg.), Oeffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung, Freiburg und München 1977, S. 166.

sie, Isolation zu vermeiden, und so kommen Schweigespiralen in den Medien zustande."[7]

Das Meinungsklima und das Vorhandensein einer Schweigespirale sind empirisch schwierig zu erfassen. Ich möchte darlegen, wie in Anlehnung an die Praxis des Instituts für Demoskopie in Allensbach die Messung anhand von Prüffragen erfolgen kann[8], und anschliessend versuchen, Eigenart und Einflüsse des Meinungsklimas und der öffentlichen Meinung bei den aussenpolitischen Vorlagen "EWR" und "Blauhelme" zu analysieren.

Um die Häufigkeitsverteilung von Meinungen zu ermitteln, bedarf es zunächst einer repräsentativen Meinungsumfrage. Über die Feststellung der Meinungen zu einem bestimmten Abstimmungsgegenstand hinaus wird zusätzlich das Meinungsklima ermittelt. Das geschieht mit sog. Meinungsklimafragen: "Was glauben Sie, denken die meisten?" Es folgt eine Frage, welches Lager wohl die Abstimmung gewinnen, welches verlieren wird ("Wie wird die Abstimmung ausgehen?"). Eine weitere Frage betrifft die Bekenntnis- bzw. Redebereitschaft zu einem umstrittenen Gegenstand in öffentlichen Situationen. Dazu wird der Befragte in eine fiktive Situation mit Oeffentlichkeitscharakter versetzt, z.B. beim "Eisenbahntest": "Sie haben eine fünfstündige Eisenbahnfahrt vor sich, und in Ihrem Abteil ist eine Frau, die meint, wenn die Schweiz der UNO Blauhelmtruppen zur Verfügung stellt, so wäre das durchaus mit unserer Neutralität vereinbar. Würden Sie sich gerne mit dieser Frau unterhalten, um ihren Standpunkt kennenzulernen, oder würden Sie da keinen grossen Wert darauf legen?" Wenn viele derjenigen, die gegen die Vorlage eingestellt sind, nicht bereit sind, mit einer Person ins Gespräch zu kommen, die eine positive Meinung hat, so deutet dies auf die Wirksamkeit der Schweigespirale hin.

III. Der öffentliche Meinungsdruck

Welche Wirkungen hat nun die öffentliche Meinung auf das Antwortverhalten bei Meinungsumfragen und auf das Abstimmungs- und Wahlverhalten? Bei Umfragen ist die eigene Meinung - anders als bei Wahlen und Abstimmungen - nicht geheim:

---

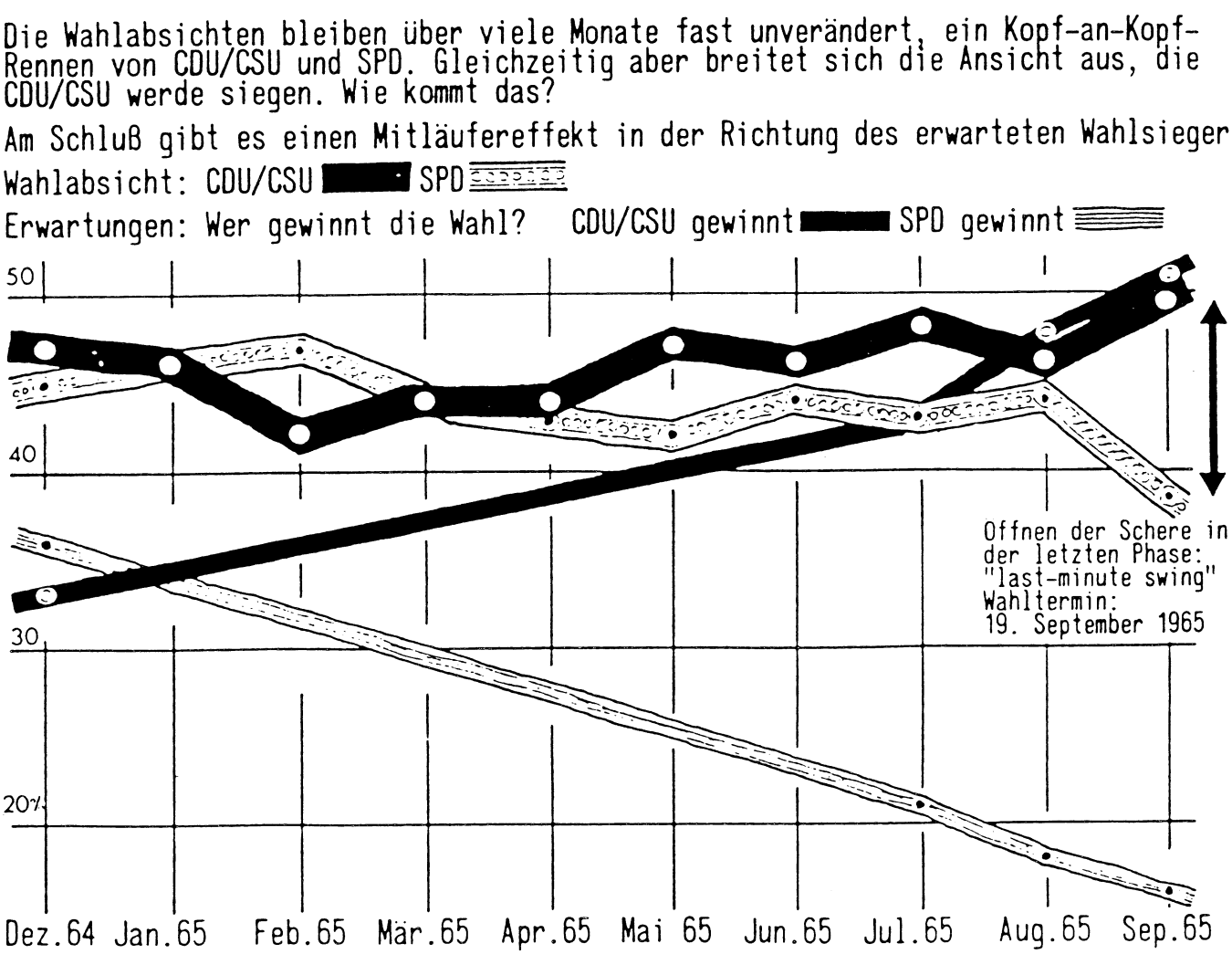
[7] Elisabeth Noelle-Neumann, Die öffentliche Meinung und die Wirkung der Massenmedien, in: Jürgen Wilke (Hg.), Fortschritte der Publizistikwissenschaft, Freiburg und München 1990, S. 19.

[8] Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, Oeffentlichkeit als Bedrohung (Anm. 5), S. 17.

sie wird dem Interviewer mitgeteilt und in den Fragebogen eingetragen. Wenn die eigene Meinung im Widerspruch zur öffentlichen Meinung steht und die Schweigespirale sich zu drehen beginnt, dann dürfte sie beim Antwortverhalten eher wirksam sein als beim Abstimmungsverhalten. Eventuell wird ein Interview überhaupt verweigert, was die Repräsentativität der Befragung schmälert. Auch bei den Befragten wird eine Minderheit jener, die nicht in Übereinstimmung mit der perzipierten öffentlichen Meinung sind, deklarieren, unentschlossen zu sein bzw. gar in Harmonie mit der öffentlichen Meinung. Wirkungen auf (geheime) Wahlen und Abstimmungen sind aber ebenfalls möglich. Bekannt ist das Phänomen des "last-minute swing": Unentschlossene schlagen sich in letzter Minute auf die Seite der mutmasslichen Mehrheit, um zu den Siegern zu gehören. Paradebeispiel für einen "last-minute swing" waren die Bundestagswahlen vom 19. September 1965, wo erst in der Woche vor der Wahl das Kopf-an-Kopf-Rennen der beiden grossen Lager zugunsten der CDU/CSU ausging. Die Messung der Siegeserwartung der Bevölkerung zeigte indessen schon seit Jahresbeginn, dass die Erwartungen in einen SPD-Sieg kontinuierlich zurückgegangen waren.[9]

[9] Ein weiteres Phänomen nach Wahlen ist der sog. Bandwagon-Effekt. Mehr Personen, als es dem tatsächlichen Wahlergebnis entspricht, deklarieren, jene Partei oder Person gewählt zu haben, die gesiegt hat. Dieser Effekt wurde erstmals empirisch nachgewiesen in der Studie von Paul F. Lazarsfeld/Bernard Berelson/Hazel Gaudel, Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens, Neuwied und Berlin 1969 (Original: The People's Choice. How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign, 1st Ed. 1944, S. 145 ff.

Abb. 1: "Last-minute swing" bei der Bundestagswahl von 1965



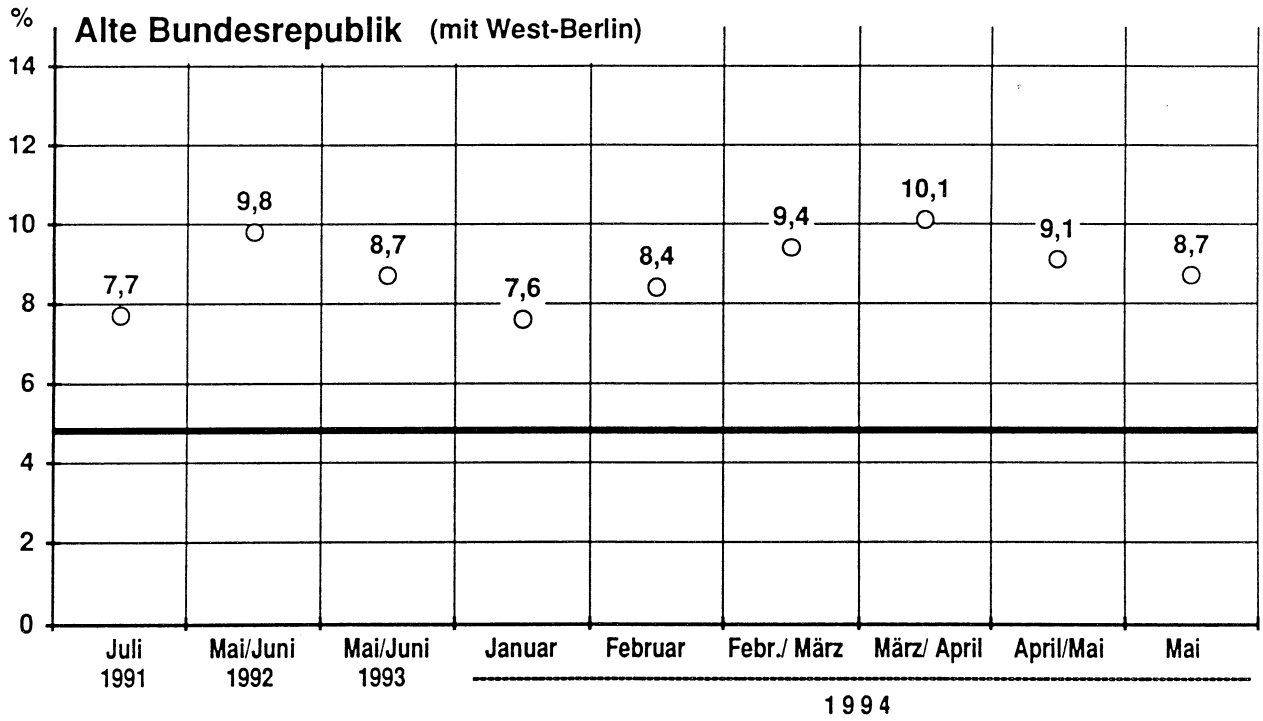
Quelle: Elisabeth Noelle-Neumann, Oeffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale, Frankfurt a.M./Berlin, erweiterte Ausgabe 1991, S. 15.

Die Wirkung des Meinungsklimas lässt sich deutlich nachweisen, wenn man die sog. *Recall-Frage* stellt: "Welche Partei haben Sie bei der vergangenen Bundestagswahl gewählt?" Die Umfrageergebnisse zeigen, dass jene Parteien, die in einem "Meinungsklimahoch" liegen, besser abschneiden, als dies bei den letzten Wahlen tatsächlich der Fall war. Dies traf zum Beispiel in den vergangenen Jahren für das Bündnis 90/die Grünen in Westdeutschland ausnahmslos zu, wie Abb. 2 veranschaulicht. Das tatsächliche Wahlergebnis lag bei 4,8 Prozent, aber stets deklarierten mehr als 7,5 Prozent der Befragten, grün gewählt zu haben.

Abb. 2: Die Grünen im Meinungsklimahoch: Recall-Frage und tatsächliches Wahlergebnis

Über- oder Untertreibung der Stimmabgabe für Bündnis 90/Die Grünen

Das Schaubild illustriert, in welchem Umfang die Behauptungen, Bündnis 90/ Die Grünen gewählt zu haben, das tatsächliche amtliche Ergebnis bei der Bundestagswahl 1990 (4,8 % als Linie markiert) über- oder unterschreiten.



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen

Um eine Wahlprognose zu erstellen, genügt es daher nicht, allein auf die Rohdaten von Umfragen abzustellen. Man muss die Daten unter Berücksichtigung des Meinungsklimas "gewichten". Als das Institut für Demoskopie in Allensbach vor mehr als zwei Jahrzehnten damit begonnen hatte, wurde es der Manipulation bezichtigt. Mittlerweile gewichten in der BRD alle seriösen Institute. Abb. 3 zeigt anhand einer Umfrage vor der Bundestagswahl von 1980 die Rohdaten und die anhand des Meinungsklimas gewichteten Daten.

Abb. 3: Gewichtete und ungewichtete Umfrageergebnisse

Frage (September 1980): "Welche Partei werden Sie wählen?"

Partei	ungewichtete Ergebnisse %	nach Meinungs-klima gewichtete Ergebnisse %	tatsächliches Wahlresultat %
CDU/CSU	38,8	43,5	44,5
SPD	46,5	43,5	42,9
FDP	11,1	10,0	10,6
Andere	3,6	3,0	2,0
	100	100	100

Quelle: Hartmut Hentschel/Friedrich Tennstädt, Election Forecasts. Problems and solutions, Paper presented at the conference on "Opinion Polls and Election Forecasts", Sevillia, September 26-27, 1985, S. 32.

Die Rohdaten ergaben für die CDU/CSU ein schlechteres, für die SPD ein besseres Bild, als es den tatsächlichen Kräfteverhältnissen entsprach. Die Prognose mit den gewichteten Daten erwies sich als sehr gut. Hätte man auf die ungewichteten Daten abgestellt, wäre die Prognose mehr als die statistische Fehlerspanne vom tatsächlichen Wahlergebnis abgewichen.

Wegen institutioneller Unterschiede - Kantone als Wahlkreise, Parteienzersplitterung, Möglichkeit des Panaschierens, tiefe Wahlbeteiligung - ist es in der Schweiz viel schwieriger, Wahlprognosen zu erstellen, und auch die Möglichkeiten

des Gewichtens sind begrenzt. Im folgenden soll das Augenmerk deshalb auf Sachabstimmungen gelegt werden.

IV. Die Bedeutung von Prädispositionen

Der Einfluss, der die öffentliche Meinung auf die Ergebnisse von Befragungen vor Volksabstimmungen haben kann, ist je nach Gegenstand und dem sozialen Kontext[10] des Befragten unterschiedlich. Es gilt, verschiedene Einstellungen zu Abstimmungsgegenständen auseinanderzuhalten. Es gibt Abstimmungsgegenstände, zu denen die Stimmberechtigten festgefügte Einstellungen (Prädispositionen) haben, die sich nicht kurzfristig mit einer Kampagne ändern lassen. Beispiele dafür sind die Todesstrafe[11] oder die Existenz der Armee. Sind solche festgefügten Einstellungen vorhanden, so wird die öffentliche Meinung kaum Einfluss auf das Antwort- und das Abstimmungsverhalten haben. Die Kampagne hat nur die Wirkung einer Meinungsverstärkung. Ist die Meinung zu einem Gegenstand hingegen labil oder gar nicht vorhanden, weil der Gegenstand neu und/oder bis vor kurzem unbekannt war, dann kann man für diesen Fall annehmen, dass ein Teil der Befragten es nicht wagt, ihre labile Meinung, welche der öffentlichen Meinung entgegensteht, zu äussern (öffentlich zu machen). Sie deklarieren sich lieber als unentschlossen oder dem anderen Lager zugehörig.

Für die Abstimmungen über den EWR und die Blauhelm-Vorlage würde ich die Hypothese formulieren, dass in beiden Meinungsbildungsprozessen in der Deutschschweiz das Phänomen der Schweigespirale aufgetreten ist.[12] Es handelte sich um Gegenstände, bei welchen die Einstellungen labil prädisponiert waren. In beiden Fällen war der Medientenor, produziert durch die redaktionellen Beiträge, überwiegend positiv. In beiden Fällen ergaben Meinungsumfragen vor der Abstimmung relative Ja-Mehrheiten für die Vorlage und eine grosse Anzahl Unent-

---

[10] Nicht zur Mehrheit zu gehören kann vom einzelnen dann leichter ertragen werden, wenn er in eine Gruppe mit gleicher Ueberzeugung integriert ist.

[11] Auch die Haltung zur Todesstrafe ist freilich einem Wandel unterworfen, wenn auch einem sehr langsamen. Vgl. Elisabeth Noelle Neumann, Kumulation, Konsonanz und Oeffentlichkeitseffekt (Anm. 6), S. 155.

[12] Vgl. auch Leonhard Neidhart, Ein Lehrstück der direkten Demokratie. Politologischer Rückblick auf die Volksabstimmung über den EWR, in NZZ vom 6. Januar 1993.

schlossener. 10 Tage vor der Abstimmung über die Blauhelm-Vorlage lautete das Ergebnis einer Meinungsumfrage: 45,6 Prozent Ja, 34,8 Prozent Nein, 19,6 % unentschlossen. Beide Vorlagen wurden schliesslich - in einem Meinungsklima, das der aussenpolitischen Öffnung und der Unterstützung der Regierung nicht förderlich war - abgelehnt.

V. Unterschiede zwischen der Deutschschweiz und der Romandie

Die deutsche Schweiz und die Romandie sind zwei voneinander durch unterschiedliche Sprache und unterschiedliche Medien abgegrenzte öffentliche Meinungsräume. Es erstaunt nicht, dass bei kontroversen Gegenständen sowohl das Meinungsklima verschieden sein kann wie auch Kampagnen andere Verläufe nehmen können. Die beiden aussenpolitischen Vorlagen wurden vor allem von Teilen der politischen und wirtschaftlichen Elite in der Deutschschweiz bekämpft, während die Elite in der Romandie viel geschlossener befürwortend auftrat. Es ist gerade die Elite, welchen leichten Zugang zu den Medien hat und die öffentliche Meinung massgebend prägt. Auch die öffentliche Meinung, die man über die eigene soziale Umgebung wahrnimmt, dürfte in der Romandie viel positiver gewesen sein. In der Deutschschweiz bot die politische Elite ein Bild der Zerstrittenheit. Diese Zerstrittenheit reichte bis in Regierungen, Parteien und Verbände hinein.

VI. Konsequenzen für Umfragen

Können - unter Berücksichtigung des Meinungsklimas und der öffentlichen Meinung - die Ausgänge von Volksabstimmungen zu kontroversen Gegenständen besser vorhergesagt werden? Wegen der gewöhnlich tiefen Stimmbeteiligung und der Unmöglichkeit, "Recall-Fragen" zum gleichen Gegenstand zu stellen, wird auch eine gewichtete Abstimmungsprognose in der Schweiz weit weniger präzis sein als eine gewichtete Wahlprognose in Deutschland. Aber wahrscheinlich präziser als eine ungewichtete Prognose. Ein Versuch hätte ungefähr wie folgt auszusehen: Zunächst sind bei Umfragen, neben der eigentlichen Abstimmungsfrage, auch die erwähnten Meinungsklimafragen zu stellen. Teilweise wird dies heute bereits getan. Dann sind die "Rohdaten" entsprechend dem erhobenen Meinungsklima zu gewichten. Dies könnte in Anlehnung an die Gewichtung bei Wahlen geschehen, indem man eine "Erinnerungsfrage" zu einer Abstimmung über einen ähnlichen

Gegenstand stellt. Voraussetzung ist, dass vor nicht allzulanger Zeit eine Abstimmung über einen solchen Gegenstand stattgefunden hat. Als Indikator für die Ähnlichkeit der Abstimmungsgegenstände könnte man die Abstimmungsparolen der Parteien und Verbände heranziehen: eine ähnliche Konstellation von Abstimmungsparolen deutet auf das Vorhandensein ähnlicher Konfliktlinien hin. Bei der Prognose zur Blauhelm-Vorlage würde sich die Frage, wie man beim EWR bzw. beim UNO-Beitritt gestimmt hat, eignen.

Fiktives Beispiel einer Gewichtung[13]

Vorgehen:

1. Schritt. Frage: "Werden Sie die Blauhelmvorlage befürworten oder ablehnen?"
Ergebnis: 48 % Ja.

2. Schritt. Frage: "Haben Sie am 6. Dezember 1992 die EWR-Vorlage befürwortet oder abgelehnt?"
Ergebnis: 56 % Ja.

3. Schritt. Vergleich des Ergebnisses zur Recall-Frage mit dem tatsächlichen Abstimmungsergebnis.
Tatsächlich: 49,7 % Ja.

4. Schritt. Berechnung des Gewichtungsfaktors: Tatsächliches Abstimmungsergebnis dividiert durch Recall-Ergebnis, also 49,7 : 56 = 0,89.

5. Schritt. Gewichtung des Umfrageergebnisses zur Blauhelmvorlage: Ergebnis mal Gewichtungsfaktor, also 48 % x 0,89 = 42,7 % Ja. Dies ist die Abstimmungsprognose.

[13] Zur Technik des Gewichtens siehe Hartmut Hentschel/Friedrich Tennstädt, Election Forecasts. Problems and solutions, Paper presented at the conference on "Opinion Polls and Election Forecasts", Sevillia, September 26-27, 1985.

Für die Anwendung dieser Gewichtungsmethode können nur die Daten jener Befragten verwendet werden, die deklarieren, sich bereits entschieden zu haben, die an der kommenden Abstimmung teilnehmen werden und die auch an der Abstimmung teilgenommen haben, zu der die "Recall-Frage" gestellt wird. Ein Problem ist, dass die Zahl derjenigen, die angeben, sich an Abstimmungen beteiligt zu haben, gewöhnlich weit höher als die tatsächliche Stimmbeteiligung. So haben gemäss den Erhebungen der VOX-Analyse 64 Prozent der Stimmberechtigten an der Abstimmung vom 12. Juni 1994 teilgenommen; tatsächlich waren es nur 46 Prozent. Es gibt also zahlreiche Restriktionen, so dass man, wie erwähnt, nicht erwarten darf, mit der Gewichtung anhand der "Recall-Frage" zu einem ähnlichen Abstimmungsgegenstand die gleich guten Prognosen zu erzielen wie bei Wahlen mit einer "Recall-Frage" zur gleichen Partei.

In einem zusätzlichen Verfahren muss versucht werden, die Unentschlossenen den beiden Lagern zuzuordnen. Dies kann mit verschiedenen Methoden geschehen.[14] Über die Frage nach dem Abstimmungsverhalten hinaus werden die Befragten mit positiven und negativen Aussagen zu den entsprechenden Abstimmungsvorlagen konfrontiert. Das Antwortverhalten der Gruppe der Unentschlossenen zu diesen Fragen wird danach verglichen mit dem Antwortverhalten der Gruppe der Entschlossenen. Auf diese Weise lässt sich die Gruppe der Unentschlossenen auf das Ja- und Neinstimmenlager aufteilen. Werden auch die Angaben zu positiven und negativen Aussagen verweigert, so kann die Zuordnung aufgrund der Zugehörigkeit zu bestimmten sozio-demographischen Schichten erfolgen (Segmentationsanalyse). Man vergleicht die Schichtzugehörigkeit und das Antwortverhalten mit den Daten von Befragten, welche sich entschlossen zeigen.

VII. Fazit

Das Erstellen von genauen Wahl- und Abstimmungsprognosen ist in der Schweiz wegen des institutionellen Rahmens und der tiefen Partizipation weitaus schwieriger als in Deutschland. Ergebnisse von Meinungsumfragen im Vorfeld von Abstimmungen sind deshalb mit Vorsicht zu bewerten. Ob die Konzepte des

---

[14] In Anlehnung an: Jürgen R. Hofmann, Geheime Wahl ohne Geheimnis. Wie das Institut für Demoskopie in Allensbach eine Wahlprognose entwickelt. In: Das Parlament Nr. 38 vom 18. September 1978, S. 5.

Meinungsklimas und der Schweigespirale zu Verbesserungen beitragen können, muss empirisch getestet werden. Auf jeden Fall sollte bei Prognosen von der Zahl der voraussichtlich Stimmenden ausgegangen werden, nicht von der Zahl der befragten Stimmberechtigten. Es muss also nach der Absicht gefragt werden, an der Abstimmung teilzunehmen, und dann nachgefragt werden: "Sind Sie ganz sicher?" Ferner sind Verfahren zu entwickeln und anzuwenden, mit denen die gewöhnlich hohe Zahl von Unentschlossenen zugeordnet werden kann.

Für die laufenden Bemühungen des Bundesrates und der Mehrheit des Parlaments um "bessere Kommunikation" mit der Stimmbürgerschaft ergäbe sich die Schlussfolgerung, dass es nicht genügt, vor Volksabstimmungen den Medientenor auf seiner Seite zu haben. Es braucht auch langfristige Anstrengungen zur Schaffung eines positiven Meinungsklimas. Das geht nicht ohne Ueberzeugungsarbeit.